

花王「メリット」おかげさまで発売50周年 2020年1月6日より50周年特別サイトを公開



1970年に誕生した花王のヘアケアブランド「メリット」は、2020年に50周年を迎えます。メリットは発売して以来、時代背景や生活習慣など日本人のライフスタイルを見つめ、多くの方に気持ちよく使っていただけるような品質を追求するため、1万3千人以上の頭皮研究を行いながら、改良を重ねてきました。

おかげさまで、メリットのシリーズ累計販売本数は6億本※を突破。

※直近17年間のデータ。インテージSRIシャンプー市場2002年1月～2019年11月メリットシリーズ累計販売本数

またメリットは、2020年1月6日より「50周年特別サイト」をオープン。メリットの50年の想いや、歴史をご紹介します。

メリット50周年特別サイト <https://www.kao.co.jp/merit/50th/>

メリットは、これからも、お客様の暮らしに寄り添いながら、進化し続けていきます。

<メリット歴史のご紹介>

1970年 メリット誕生



当時、現在ほどシャンプーは定着しておらず、洗髪頻度も週2～3回程度でした。そんな中、「頭髪を清潔に保ちたい」というお客様は多く、その声に応えたいという想いから、メリットは「フケ・かゆみをおさえる」という機能特長を持つシャンプーからスタートしました。容器は、それまでは両手を使わないと開けられないねじ式キャップが主流でしたが、押し上げるだけで液が出せるデザインを採用しました。シャンプーするだけでフケ・かゆみを防ぎ、すべてが片手で操作できる、という点で好評を博しました。

1991年 メリット リンスのいらないシャンプー 発売



当時、「朝シャン」がブームに。時間のない朝でもシャンプー1本で洗髪できる「リンスのいらないシャンプー」が誕生しました。忙しい朝でも、シャンプー1本で手軽に洗髪できる魅力が伝わり、人気商品となりました。

1993年 ギザギザ(きざみ)のついたシャンプーがメリットから登場



「シャンプーとリンスの容器が同じで紛らわしい。」「洗髪時、目をつぶっていても区別がつくといい。」「目が不自由なので容器に工夫をしてほしい。」このようなお客様から寄せられた声をもとに、触れただけでシャンプーとリンスを区別できるよう、シャンプーの容器に「ギザギザ状のきざみ」をつけて発売しました。業界全体にはたらきかけ、賛同を得て、ほとんどの商品にきざみがつくようになりました。

2001年 弱酸性の「新・家族シャンプー」へ

もっと家族に愛されるシャンプーになりたい、という思いから、髪と地肌と同じ「弱酸性」に。遊びざかりの小さなお子様の地肌もおだやかにスツキリと洗ってあげられるシャンプーを提案しました。

2014年 皮脂を浮かせて落とす「自発洗浄技術」を採用

シャワーの普及により、上向き洗いやなで洗いの人が増加。毎日洗髪しても地肌トラブルを抱える人も増えました。そこで、地肌の落としにくい皮脂を浮かせ、弱い力でもこすらず洗える「自発洗浄技術」を採用したメリットを発売。

2018年 花粉やホコリをつきにくくする「ダストシールド処方」を採用

洗った翌日に、ベタつきやパサつきなどを不快に思ったことがある人の多さに着目。そこで、髪に汚れやホコリをつきにくくする「ダストシールド処方」を新たに採用し、1日さらっと軽い気持ちよさが持続するようリニューアルしました。髪に花粉もつきにくくするため、花粉シーズンにもおすすめです。



左から、「メリット シャンプー」「メリット コンディショナー」「メリット リンスのいらないシャンプー」「メリット リンスのいらないシャンプー クールタイプ」 全て【医薬部外品】